

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan ekonomi, investasi bukan lagi merupakan hal yang asing bagi masyarakat. Saat ini, investasi telah menjadi *tren* sekaligus kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Secara umum, investasi dapat diartikan sebagai pengorbanan sejumlah nilai atau dana pada masa sekarang dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan, meskipun besarnya keuntungan tersebut belum dapat dipastikan.¹ Salah satu bentuk investasi yang populer di kalangan masyarakat adalah investasi di pasar modal. Kehadiran Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mempermudah akses masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas pasar modal, yang berfungsi sebagai sarana pertemuan antara pihak yang memiliki dana berlebih (*investor*) dengan pihak yang membutuhkan pendanaan (*emiten*) melalui transaksi jual beli sekuritas.²

Seiring meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat terhadap investasi yang sejalan dengan prinsip syariah, lahirlah pasar modal syariah sebagai alternatif investasi. Pasar modal syariah merupakan kegiatan investasi di pasar modal yang

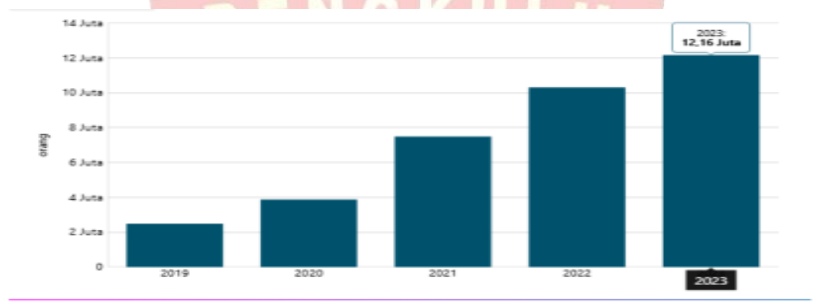
¹ Kustin Hartini dan Asnaini, '*Faktor Perilaku Investor Millenial Dalam Transaksi Saham Di Pasar Modal*', *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10.1 (2024), 1–13 (h. 1).

² Resa Komaria Dkk, '*Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah*', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1.10 (2022), 1265–1272 (h. 1267).

dilaksanakan berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Keberadaan pasar ini membuka kesempatan bagi investor Muslim untuk berinvestasi dengan cara yang selaras dengan prinsip-prinsip agamanya. Selain itu, kegiatan operasional pasar modal syariah di Indonesia mengacu pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 40/DSN-MUI/X/2003 yang mengatur tentang pasar modal serta pedoman umum penerapan prinsip-prinsip syariah dalam sektor pasar modal.³

Pada tahun 2023, perkembangan pasar modal di Indonesia menunjukkan kemajuan yang lebih signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini tercermin dari meningkatnya antusiasme masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal.⁴

Gambar 1.1
Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia (2019-2023)



³ Ani Oktavianingsih, Supardi Mursalin, dan Kustin Hartini, 'Analisis Edukasi, Motivasi Investasi Dan Modal Terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah (Studi Pada Siswa SMA Negeri 7 Kota Bengkulu)', Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi, 10.1 (2023), 14–23 (h. 15) .

⁴ Nurul Syafika, Eka Sri Wahyuni, dan Kustin Hartini, 'Revealing Gen Z ' s Interest in Sharia Investment in The Capital Market ', Jurnal Ekonomi Islam, 16.1 (2024), 56–69 (h. 57).

Sumber: *Databoks.katadata.co.id*.

Berdasarkan Gambar 1.1, PT Bursa Efek Indonesia (BEI) melaporkan bahwa jumlah investor di pasar modal Indonesia mencapai 12,17 juta orang pada tahun 2023, mengalami peningkatan sebesar 18 persen atau setara dengan 1,85 juta investor dibandingkan tahun 2022 yang mencatatkan 10,31 juta investor. Sementara itu, jumlah investor aktif tahunan pada tahun 2023 tercatat sebanyak 1,43 juta orang. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, Indonesia mencatat pertumbuhan yang konsisten dalam jumlah investor pasar modal. Pada tahun 2019, tercatat sekitar 2,48 juta investor yang terdaftar. Tahun berikutnya yaitu 2020, angka ini menunjukkan peningkatan signifikan menjadi 3,88 juta investor. Yang menarik, meskipun pandemi Covid-19 melanda dunia, jumlah investor di Indonesia justru terus bertumbuh pesat di tahun 2021 yang mencapai 7,48 juta orang.⁵

Marina Rasyada, Kepala Kantor BEI Perwakilan Bengkulu, mengungkapkan bahwa Provinsi Bengkulu menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah investor pasar modal hingga akhir tahun 2023. Berdasarkan data *Single Investor Identification (SID)*, jumlah investor di Bengkulu mencapai 58.888 orang per-Desember 2023, meningkat

⁵ *Databoks.katadata.co.id*, "Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia (Januari 2022 - Desember 2023)", 29 Januari 2024. <<https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/66bb010b8a18b/jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-terus-bertambah-hingga-akhir-2023>> (Diakses, 4 Oktober 2024).

sebanyak 9.501 orang dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 49.387 investor. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh generasi muda berusia 18-25 tahun. Marina Rasyada, Kepala Perwakilan BEI Bengkulu, mengungkapkan bahwa aktivitas transaksi pasar modal di provinsi ini menunjukkan kinerja positif dengan total nilai transaksi mencapai Rp.263 miliar melalui 26.689 saham yang diperdagangkan. Kota Bengkulu mencatat jumlah investor dan nilai transaksi tertinggi dengan 24.154 investor dan total transaksi mencapai Rp.171,57 miliar.⁶ Dengan data tersebut dapat dikatakan bahwa saham merupakan tempat investasi unggulan yang digunakan oleh kalangan investor di kota Bengkulu.

Investasi merupakan salah satu elemen krusial yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Keberhasilan kegiatan investasi sangat ditentukan oleh keputusan yang tepat dari para investornya. Menurut Danepo yang dikutip dalam penelitian Muhammad Syarif Hulu (2024), keputusan investasi dipengaruhi oleh besarnya potensi *return* atau keuntungan yang diperoleh serta jangka waktu pencapaiannya, karena pada dasarnya investor mengharapkan keuntungan maksimal dengan risiko yang seminimal mungkin. Jika jangka waktu yang digunakan itu jangka pendek maka

⁶ *Antaraneews.com*, "BEI: Jumlah Investor Pasar Modal Di Bengkulu Capai 58.888 Orang", 13 Januari 2024. <<https://www.antaraneews.com/berita/3914157/bei-jumlah-investor-pasar-modal-di-bengkulu-capai-58888-orang>> (Diakses, 4 Oktober 2024).

disebut dengan *trading*, sedangkan jika jangka waktu yang di gunakan itu jangka panjang maka disebut investasi.⁷ *Trading* merupakan aktivitas jual beli saham atau aset lainnya dalam jangka waktu singkat dengan tujuan memperoleh keuntungan dari pergerakan harga. Dalam konteks Indonesia, dasar hukum Islam mengenai praktik *trading* telah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 80 Tahun 2011 tentang “Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek”.⁸

Investor sendiri memiliki kemungkinan besar untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan melalui media sosial. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah pengguna aktif media sosial, yang sebagian di antaranya merupakan investor. Kondisi ini mendorong munculnya banyak konten kreator yang secara aktif membagikan informasi terkait dunia investasi. Terlebih lagi, di Indonesia sendiri, jumlah investor terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, sehingga konten bertema investasi semakin banyak ditemukan di

⁷ Muhammad Syarif Hulu, *‘Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Aceh Dengan Peran Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan Sebagai Variabel Moderasi’*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2024), h. 5.

⁸ Muhammad Pajrianor, Parman Komarudin, dan Umi Hani, *‘Analisis Praktik Trading Saham Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Studi Kasus IDX Kalimantan Selatan’*, Jurnal Penegakan Hukum Indonesia, 3.3 (2022), 319–35 (h. 320).

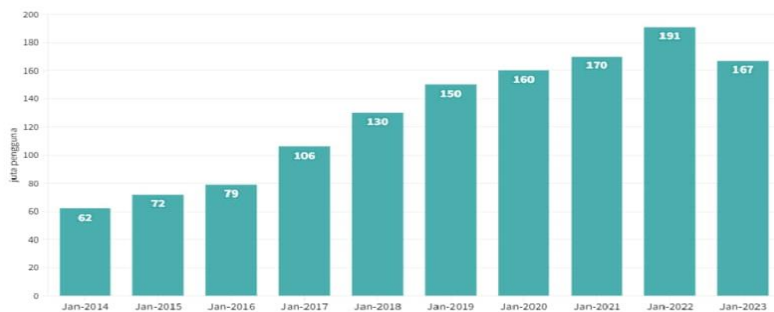
berbagai *platform* digital.⁹ Dalam konteks pasar modal syariah, keberadaan media sosial memiliki potensi besar untuk mengubah pola pikir dan perilaku investor.

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar manusia. Hampir setiap individu yang memiliki *smartphone* dipastikan telah mengunduh berbagai aplikasi media sosial. *Platform* ini dirancang untuk menghubungkan dan menjangkau banyak orang secara virtual, tanpa membedakan usia maupun latar belakang sosial mereka. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang diiringi dengan meluasnya akses jaringan internet di seluruh dunia, turut mendukung penggunaan media sosial yang kini menjadi kebutuhan utama bagi individu dalam memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan.¹⁰ Media sosial memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi dari dalam maupun luar negeri. Peran media sosial kini tidak hanya terbatas pada hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dan sumber informasi yang luas. Inilah yang menjadi salah satu faktor utama meningkatnya jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia.

⁹ Harry Hidayat Kamil dan Aries Tanno, '*Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan Dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol*', *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6.2 (2022), 1622–1637 (h. 1623).

¹⁰ Muhammad Syarif Hulu, '*Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Aceh Dengan Peran Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan Sebagai Variabel Moderasi*', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2024), h. 1.

Gambar 1.2
Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Indonesia (2015-2023)
(Dalam Juta Jiwa)



Sumber: <https://www.researchgate>.

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, Pada tahun 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia tercatat sebanyak 167 juta orang. Berdasarkan laporan dari *ResearchGate*, angka tersebut mengalami penurunan sekitar 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 191 juta pengguna. Besarnya jumlah pengguna media sosial ini tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi informasi serta semakin luasnya jangkauan jaringan internet. Dampaknya tidak hanya dirasakan oleh masyarakat di wilayah perkotaan, tetapi juga telah menjangkau hingga ke daerah-daerah terpencil di seluruh Indonesia. Dengan demikian, sebagian besar penduduk Indonesia kini telah memiliki akses terhadap berbagai informasi terkini dalam berbagai bidang.¹¹

¹¹ A. Rahim Abd. Wahab, 'Dominasi Budaya Populer: Penguatan Nilai-Nilai Budaya Melalui Pemanfaatan Media Sosial', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18.4 (2024), 2364–2380 (h. 2373).

Tapi dengan mudahnya mengakses media sosial pada saat ini, terdapat juga hal-hal negatif yang tercipta dari dampak media sosial seperti sebuah fenomena *psikologis* yang menyerang penggunanya. Salah satu fenomena *psikologis* yang terkait erat dengan media sosial adalah *Fear Of Missing Out (FOMO)*. *FOMO* ini menggambarkan rasa takut seseorang akan kehilangan kesempatan atau ketinggalan dari *tren* yang sedang berlangsung.¹² Seseorang yang mengalami *Fear Of Missing Out (FOMO)* biasanya memiliki kecenderungan untuk menggunakan media sosial secara berlebihan, misalnya langsung mengaksesnya setelah bangun tidur, saat makan, bahkan ketika sedang mengemudi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Taswiyah mengidentifikasi beberapa faktor pemicu *FOMO*, yaitu seperti kebiasaan terus-menerus memeriksa *gadget*, di mana ponsel seolah tidak bisa lepas dari genggamannya karena takut ketinggalan informasi terbaru. Mereka juga cenderung lebih memprioritaskan interaksi di dunia maya daripada kehidupan nyata, serta selalu berusaha mendapatkan pengakuan dari orang lain secara virtual.¹³

Selain itu, dorongan untuk terus mengikuti aktivitas orang lain seperti *tren* terbaru membuat mereka kerap memantau

¹² Dyan Paramitha Darmayanti, Iqbal Arifin, dan Muh Inayah, '*Fomo: Kecemasan Digital Di Kalangan Pengguna TikTok*', E M I K Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial, 6 (2023), 198–215 (h. .200)

¹³ Taswiyah, '*Mengantisipasi Gejala Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Dampak Sosial Global 4.0 Dan 5.0 Melalui Subjective Well-Being Dan Joy Of Missing Out (Jomo)*', Jurnal Pendidikan Karakter Jawara (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel), 8.1 (2022), 103–19 (h. 104).

akun media sosial orang lain demi menghindari rasa tertinggal. Akibatnya, *FOMO* dapat memicu perilaku konsumtif, di mana seseorang terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan hanya demi mengikuti *tren* yang sedang berlangsung. Di dunia investasi, *FOMO* sering kali mendorong investor untuk membuat keputusan yang didasarkan pada emosi ketimbang dengan analisis rasional. Paparan konten investasi di media sosial dapat memicu *syndrome FOMO* ini yang kemudian memengaruhi keputusan mereka dalam *trading*, terutama dalam pasar modal syariah yang memiliki karakteristik dan prinsip-prinsip berbeda dibandingkan dengan pasar modal konvensional.¹⁴

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap media sosial yang menyampaikan informasi terkait pasar saham, teridentifikasi adanya sebuah fenomena yang menarik perhatian. Informasi yang berkaitan dengan pasar saham di media sosial sering kali memicu beragam tanggapan dari para pengguna, yang sebagian besar juga merupakan investor. Misalnya, ketika suatu unggahan menyampaikan kabar positif terkait kondisi *fundamental* suatu *emiten*, banyak investor merespon melalui kolom komentar dengan menyatakan minat untuk membeli saham tersebut. Sebaliknya, apabila informasi yang disampaikan bersifat negatif, seperti indikasi penurunan harga

¹⁴ Meilyn Liman Pratiknjo, Liliana Inggrit Wijaya, dan Deddy Marciano, 'Pengaruh Bias Perilaku Terhadap Keputusan Investasi Dengan *Fear of Missing Out (fomo)* Sebagai Mediator Di Indonesia', Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 10.2 (2024), 489–502 (h. 490).

saham akibat faktor makroekonomi, tanggapan yang muncul cenderung berupa anjuran atau niat untuk segera menjual saham tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sumber informasi yang cepat dan mudah diakses, sehingga dapat membantu investor dalam memperoleh informasi terkini untuk mendukung proses pengambilan keputusan. Namun demikian, hal tersebutlah yang menyebabkan munculnya *syndrome FOMO* yang menyebabkan pengambilan keputusan secara terburu-buru tanpa adanya analisis lanjutan yang rasional. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah membahas mengenai pengaruh media sosial dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* terhadap keputusan investasi saham.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Tunince Arianti dan Sunitha Devi (2023) mengungkapkan bahwa variabel *influencer* media sosial, lingkungan keluarga, keyakinan diri (efikasi diri), serta informasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019.¹⁵

Diikuti juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Arina Zahra Bithana (2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan serta besarnya modal awal investasi berpengaruh

¹⁵ Gusti Ayu Tunince Arianti and Sunitha Devi, 'Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14.03 (2023), 631–641 (h. 631).

terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Sebaliknya, kemajuan teknologi dan perilaku *FOMO* tidak memberikan pengaruh yang signifikan.¹⁶

Begitu juga dengan hasil Penelitian yang dilakukan oleh Rasyidatunnisa dan rekan-rekannya (2023) menunjukkan bahwa fenomena *FOMO* serta literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kemampuannya dalam bertindak rasional dan mengendalikan kecenderungan *FOMO* saat membuat keputusan investasi.¹⁷

Penelitian terkait dengan pengaruh media sosial dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* terhadap keputusan investasi saham itu sudah banyak dilakukan dan kebanyakan penelitian tersebut hanya berfokus kepada keputusan investasi secara umum, akan tetapi belum banyak yang berfokus untuk meneliti pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan dalam *trading* saham. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih mendalam mengenai pengaruh media sosial dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* terhadap *trading* saham di pasar modal

¹⁶ Bithana Zahra Arina, '*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia)*', (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023), h. 55.

¹⁷ Rasyidatunnisa, Neti Hekawati, dan Siti Nazila Rahma, '*Pengaruh Fenomena Fomo Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*', *Prosiding Capital Market Competition*, 3 (2024), 149–60.

syariah, khususnya pada investor di Kota Bengkulu yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam partisipasi di pasar modal. Maka dilakukannya penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* Terhadap *Trading Saham* di Pasar Modal Syariah pada Investor di Kota Bengkulu”**.

B. Batasan Penelitian

Untuk memastikan penelitian ini berjalan dengan baik dan terarah, peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada investor yang berada di kota Bengkulu dan yang terdaftar di FAC sekuritas cabang Bengkulu, sehingga tidak dapat digeneralisasikan kepada semua investor yang ada di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada dua variabel dependen dan satu variabel indeviden yaitu media sosial, *Fear Of Missing Out (FOMO)*, dan *trading saham* sehingga tidak menyeluruh pada variabel-variabel lainnya.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah media sosial berpengaruh secara parsial terhadap *trading saham* di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu?
2. Apakah *Fear Of Missing Out (FOMO)* berpengaruh secara parsial terhadap *trading saham* di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu?

3. Apakah media sosial dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* berpengaruh secara simultan terhadap *trading* saham di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial secara parsial terhadap *trading* saham di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Fear Of Missing Out (FOMO)* secara parsial terhadap *trading* saham di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial dan perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)* secara simultan terhadap *trading* saham di pasar modal syariah pada investor di kota Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan di bidang ekonomi syariah, khususnya terkait pengaruh media sosial dan perilaku *FOMO* terhadap aktivitas *trading* saham di Pasar Modal Syariah pada investor di kota Bengkulu. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis.

Bagi investor saham, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi dalam menambah wawasan melalui media sosial dan memahami perilaku *FOMO* dalam *trading* saham. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pelaku investasi bagaimana memanfaatkan teknologi yang ada dan menanggapi fenomena *FOMO* dengan baik dan bijak.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Tunince Arianti dan Sunitha Devi (Jurnal 2023) dengan judul “*Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *influencer* media sosial, lingkungan keluarga, efikasi diri, dan informasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa tersebut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada penggunaan variabel media sosial dan metode kuantitatif. Sementara itu,

perbedaannya terlihat dari jumlah variabel yang diteliti serta perbedaan *subjek* atau populasi penelitian.¹⁸

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rasyidatunnisa, dkk, (jurnal 2023) dengan judul “*Pengaruh Fenomena FOMO Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *FOMO* dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Semakin baik literasi keuangan seseorang dapat mempengaruhi *rasionalisasi* dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi. Persamaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel *Fear Of Missing Out (FOMO)*. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada metode pendekatannya yaitu penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta salah satu variabel independennya berbeda.¹⁹
3. Sebuah studi yang dilakukan oleh Sawidji Widioatmojo dan Ignatius Roni Setiawan (*Journal of International Studies*, 2022) berjudul “*Disagreement on Social Media and Stock Trading Volume: The Indonesian Context*”, bertujuan untuk

¹⁸ Gusti Ayu Tunince Arianti dan Sunitha Devi, ‘*Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019*’, JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha, 14.03 (2023), 631–641.

¹⁹ Rasyidatunnisa, Hekawati, dan Rahma, ‘*Pengaruh Fenomena Fomo Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*’, Prosiding Capital Market Competition, 3 (2024), 149–60.

meneliti hubungan antara perbedaan pendapat di media sosial dan volume perdagangan saham, dengan Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai objek penelitian. Pandemi Covid-19 secara signifikan meningkatkan penggunaan media sosial dalam aktivitas investasi di pasar modal Indonesia, yang turut mendorong peningkatan jumlah investor di BEI. Para investor ini aktif melakukan perdagangan dan berdiskusi mengenai saham secara daring. Penelitian ini menganalisis bagaimana jumlah unggahan dan tingkat perbedaan pendapat di platform Telegram memengaruhi volume perdagangan saham dengan menggunakan metode regresi multivariat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskusi di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume perdagangan, sedangkan perbedaan pendapat tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Perbedaan utama dengan penelitian saat ini terletak pada fokusnya terhadap hubungan antara perbedaan opini di media sosial dan volume perdagangan di BEI, sementara kesamaannya adalah sama-sama menggunakan media sosial sebagai variabel penelitian.²⁰

4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syarif Hulu (Skripsi, 2024) berjudul *“Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Pada Nasabah*

²⁰ Sawidji Widoatmodjo dan Ignatius Roni Setyawan, ‘Disagreement on Social Media and Stock Trading Volume: The Indonesian Context’, *Journal of International Studies*, 15.4 (2022), 150–64.

Mandiri Sekuritas Aceh dengan Peran Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan sebagai Variabel Moderasi". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi saham syariah dengan mempertimbangkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas dan data primer yang dikumpulkan dari 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan pendekatan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan influencer, pemasaran melalui media sosial, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham syariah. Secara parsial, social media marketing berpengaruh signifikan pada tingkat kepercayaan 90%. Namun, variabel jenis kelamin dan tingkat pendidikan tidak mampu memoderasi pengaruh variabel independen terhadap keputusan investasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada lokasi dan karakteristik sampel. Sementara itu, persamaannya adalah penggunaan variabel media sosial sebagai variabel independen serta pendekatan kuantitatif dengan data primer sebagai sumber utama.²¹

²¹ Muhammad Syarif Hulu, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Aceh

5. Penelitian yang dilakukan oleh Arina Zahra Bithana (Skripsi, 2023) berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia)*" bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemajuan teknologi, tingkat literasi keuangan, perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)*, dan modal minimum terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa aktif di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui teknik *random purposive sampling* secara daring, dengan total responden sebanyak 110 orang. Hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan dan modal minimum berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa, sedangkan kemajuan teknologi dan *FOMO* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada variabel independen, variabel dependen, dan populasi sampelnya yang berasal dari kalangan mahasiswa di satu perguruan tinggi. Sementara itu, kesamaannya ada pada penggunaan variabel *FOMO* serta metode

Dengan Peran Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan Sebagai Variabel Moderasi', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2024).

pengumpulan data primer melalui *random purposive sampling* secara online.²²

6. Penelitian yang dilakukan oleh Kely Fatma Bella (Skripsi, 2024) berjudul "*Analisis Teknikal sebagai Dasar Pengambilan Keputusan dalam Trading Saham di Bursa Efek Indonesia (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Indeks LQ45 Periode Juni – Desember 2023)*" bertujuan untuk mengidentifikasi pola pergerakan harga saham di sektor energi pada Bursa Efek Indonesia, menganalisis tren pergerakan saham menggunakan indikator *Bollinger Bands*, serta menentukan waktu yang tepat untuk melakukan aksi beli dan jual saham berdasarkan berbagai indikator teknikal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data sekunder dari perusahaan sektor energi yang tergabung dalam indeks LQ45. Beberapa indikator teknikal yang digunakan dalam analisis ini antara lain *Candlestick*, *Bollinger Bands*, *MACD*, *RSI*, *Stochastic Oscillator*, dan *Parabolic SAR*. Hasil temuan menunjukkan bahwa pergerakan harga saham sektor energi mengalami *fluktuasi* signifikan, dengan *tren* naik (*uptrend*) dari bulan Juni hingga September 2023, yang kemudian diikuti oleh *tren* menurun (*downtrend*) hingga akhir tahun. Indikator seperti

²² Bithana Zahra Arina, '*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia)*' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023).

MACD, *RSI*, *SO*, dan *Parabolic SAR* memberikan sinyal yang jelas terkait waktu ideal untuk membeli maupun menjual saham. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus analisis teknikal dan pendekatan deskriptif kualitatif yang digunakan, serta objek penelitian yang difokuskan pada perusahaan sektor energi tertentu. Sementara kesamaan dengan penelitian ini adalah pada penggunaan variabel *trading* saham.²³

G. Sistematika Penulisan

Untuk meningkatkan pemahaman, penulis menyusun metodologi penulisan berdasarkan pedoman yang diberikan dalam buku Pedoman Tugas Akhir:

1. Latar Belakang Masalah

Bagian ini menjelaskan alasan ketertarikan peneliti terhadap topik yang diangkat serta urgensi dari pelaksanaan penelitian tersebut. Di dalamnya memuat permasalahan yang ingin dipecahkan melalui penelitian ini.

2. Batasan Masalah

Bagian ini menguraikan batasan-batasan dalam ruang lingkup permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Pembatasan tersebut dapat mencakup jumlah variabel yang dianalisis, periode waktu penelitian, serta karakteristik

²³ Bella Fatma Kely, '*Analisis Teknikal Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Dalam Trading Saham Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Periode Juni – Desember 2023)*' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2024).

responden seperti tingkat pendidikan atau jenis pekerjaan masyarakat yang menjadi objek observasi.

3. Rumusan masalah

Dibagian rumusan masalah peneliti secara tegas menyebutkan apa masalahnya dan merumuskannya dengan satu atau dua lebih rumusan. Dalam teknisnya rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya dan diberi tanda tanya. Dirumuskan dengan jelas, spesifik, dan tidak ambigu.

4. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian memuat pernyataan yang singkat, padat, dan jelas mengenai hasil yang diharapkan dari proses penelitian. Tujuan ini harus sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, serta disusun dalam bentuk pernyataan, bukan dalam bentuk pertanyaan.

5. Kegunaan penelitian

Manfaat atau kontribusi penelitian menjelaskan nilai guna yang dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan. Penjabaran manfaat ini mencakup dua aspek, yaitu secara teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan secara praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan atau terlibat langsung dengan topik penelitian.

6. Penelitian terdahulu

Secara mendasar, terdapat empat fungsi penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menunjukkan orisinalitas penelitian, menunjukkan teori atau konsep yang menjadi landasan, menjamin adanya ketersediaan sumber, dan melihat perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu.

7. Kajian Teori

Landasan teori dalam penulisan skripsi ini disusun dengan mengacu pada pencapaian visi dan misi FEBI Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, khususnya dalam memperkaya literatur keilmuan yang berbasis nilai-nilai keislaman. Kerangka berpikir yang digunakan harus berlandaskan pada teori-teori serta konsep-konsep ekonomi dan bisnis dalam perspektif Islam.

8. Metode Penelitian

Metode penelitian harus dapat menggambarkan secara jelas langkah-langkah pelaksanaan penelitian mulai dari tahap awal hingga selesai. Bagian ini mencakup penjabaran beberapa subbagian penting, yaitu jenis dan pendekatan penelitian, waktu serta lokasi pelaksanaan, informan atau responden yang terlibat, populasi dan teknik pengambilan sampel, sumber dan metode pengumpulan data, variabel beserta definisi operasionalnya, serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data.